

Proroga del Contratto di solidarietà difensivo

Verbale di accordo Legge 863 /84 e Legge 19/7/93 n. 236 art. 5 comma 8 e successive proroghe e modificazioni.

Il giorno 28 giugno dell'anno 2012 alle ore 11,00 in Roma presso la sede della Uil UilTucs si sono incontrati:

La Gardenia Beauty Spa rappresentata dal dott. Caccavo Francesco, Direttore Risorse Umane della Società;

e la rappresentanza sindacale nazionale e specificatamente la

- CGIL Filcams rappresentata dalla Sig.ra Daria Banchieri
- CISL Fisascat rappresentata dal Sig. Mario Piovesan
- UIL UilTucs rappresentata dalla Sig.ra Ivana Veronese

L'incontro ha per oggetto la verifica dei presupposti per la proroga del contratto di solidarietà stipulato in data 17/06/2011 tra le suddette Parti. Considerato e premesso che:

La Gardenia Beauty Spa, Società che gestisce una catena di 164 profumerie con 882 dipendenti (di cui circa 770 nei negozi) e con sede a Grosseto, ha stipulato con le sigle sindacali come sopra rappresentate, un contratto di solidarietà difensivo, (da intendersi qui integralmente richiamato e trascritto) in data 17/06/2011 per la durata di 12 mesi e scadente il 16 luglio 2012, con interruzione dell'applicazione dello stesso per il periodo dal 28/11/2011 al 24/12/2011 (per ovvie ragioni di stagionalità): tale contratto era finalizzato ad evitare la riduzione di un esubero di personale di 34 unità a seguito dell'involuzione dei mercati e alla sempre minore redditività prodotta dalla Società.

Già nell'anno 2009, infatti, il risultato di impresa era stato sotto le stime con un fatturato realizzato pari a 128,3 mln €, il margine operativo lordo di 20,2 mln € e l'utile netto negativo di 10,0 mln €;

Nell'anno 2010 il risultato netto di impresa è stato ancora negativo (malgrado gli investimenti fatti), con un fatturato pari a 133,4 mln €, il margine operativo lordo fermo a 20,0 mln € e un utile netto negativo di 6,6 mln €;

Altrettanto scoraggiante il risultato netto di impresa dell'anno 2011 che è stato ancora negativo (malgrado gli investimenti e le azioni correttive intraprese), con un fatturato pari a 134 mln €, il margine operativo lordo sceso a 17,0 mln € e un utile netto costantemente negativo: ed i valori espressi già nei primi 5 mesi dell'anno in corso (oggetto di valutazione nel presente incontro) dimostrano un fatturato prodotto fortemente al di sotto di quello dell'anno precedente, con un margine operativo lordo in continua contrazione a causa della notevole attività promozionale (sconti).

A fronte di tale situazione, la Società ha messo in campo una serie di interventi ed azioni di recupero volte, *in primis*, al contenimento delle perdite e dei costi al fine di evitare un ulteriore peggioramento della situazione economico finanziaria dell'Azienda (imputabile alla contrazione delle vendite e alla crisi del mercato globale), *in secundis* agendo attraverso investimenti e piani di sviluppo che, nel lungo

DB



1



termine, possano rendere più solida e consistente la struttura del capitale producendo nuova ricchezza e più redditività.

Per ciò che attiene il primo aspetto, e quindi alla necessità di limitare tempestivamente gli effetti della crisi, nel corso dell'anno passato, (ma così la Società continuerà a fare per l'avvenire), la Gardenia Beauty Spa, è intervenuta con una forte intensificazione dell'attività promozionale ed un'armonizzazione dei prezzi a scaffale, azioni che, sebbene non comportino un maggior utile per l'Azienda, consentono comunque di limitare e/o bloccare il decremento delle vendite, che diversamente, sarebbe ancor più consistente.

Si conferma la continua richiesta di riduzione degli affitti degli immobili, e, laddove possibile, si è avviata una ricontrattazione generale dei contratti di affitto dei locali dei punti vendita della Società.

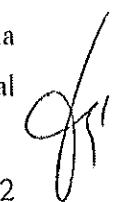
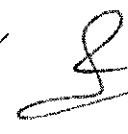
Aspetto fondamentale e strategico per la crescita è l'erogazione dei processi formativi (Tecnica, per la Sicurezza e Trasversale) necessari per il miglioramento del livello di servizio: formazione che, nel 2011, ha interessato tutti i punti vendita per un totale di 19.650 ore (25 ore medie pro capite annue).

E' stato previsto ed attuato un incremento dell'attività pubblicitaria (in co-marketing con i fornitori) realizzata attraverso molteplici strumenti quali: messaggistica telefonica, mail periodiche informative delle promozioni (newsletter), predisposizione di giornate dedicate alla valorizzazione della bellezza (con servizio make up alla clientela), maggiore attenzione alla vetrinistica, alla cartellonistica pubblicitaria e all'esposizione dei prodotti; rielaborazione integrale del sito internet (www.lagardenia.com) con servizi informativi e di consulenza sulle attività e sui nuovi prodotti e tendenze attraverso l'interazione con la clientela (Piazza Digitale). Infine si è intrapreso ed attuato il progetto (che si ritiene assolutamente strategico) del lancio di nuove linee di prodotto, esclusive o a marchio proprietario, al fine di soddisfare, da una parte le esigenze di una clientela più variegata e selettiva, dall'altro per incrementare il livello di marginalità medio della Società: fra le più importanti il lancio della linea "Maison Bio" costituita da prodotti completamente naturali, anallergici e biodegradabili per le esigenze della clientela più delicata e sensibile all'Ambiente, la linea "Rodial", indirizzata ad un target di clientela particolarmente attenta ed esigente, la linea maschile "Kioku", realizzata considerando la sempre maggiore attenzione che l'uomo riserva ai prodotti di bellezza in generale. Infine, pensando in maniera nuova ed innovativa alle esigenze delle mamme e future mamme, si è lanciata la linea "Omum", specifica per le donne in gravidanza.

Per quanto riguarda invece il piano di sviluppo a medio termine dell'Azienda, che si associa a tutte le altre azioni sin qui adottate e che si ritiene indispensabile per la promuovere la crescita, sono stati programmati (e per il momento in parte realizzati) i rifacimenti dei punti vendita più vecchi al fine di renderli più moderni e attraenti, nonché l'apertura di altri cinque punti vendita nelle aree del territorio nazionale ritenute più idonee, fra cui le prossime aperture dei negozi di Gallarate e Bovisio collocati in contesti fortemente strategici e con una *brand icon* differenziata.

Tali azioni, seppur non sufficienti sinora a consentire un recupero in positivo dell'andamento della Società, verranno mantenute ed eventualmente incrementate al fine di sostenere il fatturato generale della Società. Malgrado tutto ciò, si rileva che permangono le problematiche di redditività (aggravate dal

DRS




peggioramento delle performance del mercato generale) e, quindi, l'esigenza di mantenere la riduzione oraria prevista dal contratto di solidarietà originario: riduzione oraria che, dopo una fase iniziale particolarmente complessa, si è stabilizzata ed è stata gestita al meglio senza contraccolpi di sorta per il personale interessato.

Quindi, Le Parti firmatarie del suddetto Contratto di Solidarietà in base a quanto disposto dalla Legge del 19/7/1993 n° 236 e L. 863/84 e succ. mod., alla luce di quanto detto e rappresentato, concordano la **proroga** del precedente Contratto di Solidarietà difensivo per la durata di **12 (dodici) mesi** e precisamente dal **17 luglio 2012 al 16 agosto 2013**, eventualmente prorogabile. Nel dettaglio questa sarà così strutturata:

1. La proroga interesserà n° **134** punti vendita (su 164 punti vendita totali e meno dei 142 originariamente previsti) e **347** dipendenti (su 656 totali presenti nei 134 negozi – circa il 52 % dei lavoratori), con una riduzione di 10 ore settimanali per ogni punto vendita ed una contrazione dell'orario di lavoro fino a un massimo del 25 %, per un totale di **64.320** ore/annue totali (rispetto alle **68.160** ore del primo periodo del contratto). Tale riduzione verrà ripartita equamente, tenendo conto delle necessità di copertura e gestione dei negozi, tra i lavoratori occupati a tempo indeterminato e determinato (fino al termine di scadenza del contratto a tempo determinato). Tale modalità applicativa è stata concordata, nel rispetto dei criteri di equità e proporzionalità, al fine di attuare una minima riduzione orario pro-capite e per garantire il minor disagio possibile ai dipendenti e all'organizzazione aziendale. Rispetto ai nominativi indicati nel Contratto di solidarietà sottoscritto in data 17/06/2011 il personale scelto è inferiore a causa prevalentemente dalla intervenuta cessazione, in costanza di vigenza del contratto di solidarietà, del rapporto di lavoro con i dipendenti non presenti.
2. La riduzione dell'orario di lavoro rimarrà in maniera **orizzontale su base settimanale** e distribuita, quindi, nei 134 negozi interessati dalla riduzione di orario.
3. I punti vendita e il personale interessato dalla riduzione dell'orario, corrispondente a **347** unità, così come evidenziato nel documento allegato al presente, sono stati selezionati in base a criteri dettati dalla tipologia di orario svolto dai lavoratori (laddove possibile si è evitato di inserire i part-time (per i pt a 20 h si motivano specificamente la necessità del loro inserimento) includendo anche la figura della *store manager* (figura, tuttavia, soggetta ad eccezioni derivanti da motivazioni di carattere organizzativo).
4. Data l'incertezza relativa all'applicazione puntuale di detta riduzione, si preannuncia che la distribuzione di riduzione oraria potrà subire delle variazioni (quindi potrà comportare la sospensione e/o riduzione temporanea dell'applicazione della riduzione a favore di dipendenti di volta in volta individuati) per soddisfare le esigenze di copertura del punto vendita e garantire la continuità del servizio. L'azienda si impegna, in tali circostanze, a comunicare le eventuali variazioni di orario dei dipendenti interessati dalle modifiche con un congruo preavviso.

DM



5. Il CCNL utilizzato da La Gardenia Beauty Spa è quello del **Commercio, Servizi e Terziario**. Tutti gli elementi retributivi diretti e indiretti spettanti ai lavoratori interessati dal presente accordo saranno ridotti in misura proporzionale al nuovo orario di lavoro determinato.

Il totale del numero di ore che non verranno prestate nel periodo del Contratto di Solidarietà ammonta a circa 64.320, di cui l'80 % dovrà essere coperto dai fondi INPS previsti dalla normativa vigente.

Si conferma l'esigenza di incontri periodici per verificare l'andamento aziendale nel corso dei 12 mesi di ulteriore applicazione del contratto di solidarietà. Le parti inoltre si incontreranno entro la fine del mese Marzo 2013 per valutare l'eventuale necessità di prorogare o terminare l'uso di tale ammortizzatore sociale oppure, in caso di persistenza o peggioramento dell'attuale situazione economico finanziaria dell'Azienda, per adottare le misure e gli interventi idonei ed indispensabili.

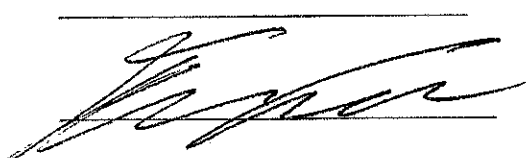
La società prevede la necessità di sospendere temporaneamente la riduzione di orario e l'applicazione del presente contratto di solidarietà, incrementando le ore lavorative e accedendo, se indispensabile, alle ore di straordinario per soddisfare l'importante periodo del Natale, dal giorno 28 Novembre 2012 al giorno 24 Dicembre 2012 e, quindi, per un periodo non superiore ai 30 giorni: qualora la variazione riguardi un periodo più lungo le parti si incontreranno per definirne i dettagli operativi. Ai sensi di quanto previsto dalla normativa vigente l'eventuale aumento dell'orario di lavoro ridotto sarà ridistribuito proporzionalmente tra gli interessati alla sospensione.


La Gardenia Beauty Spa si impegna ad inviare copia della presente proroga (incluse le modifiche concordate) al Ministero del Lavoro per la richiesta dei benefici previsti dalla normativa vigente.


Il presente contratto è composto di 4 pagine più un allegato con l'indicazione dei nominativi interessati dalla riduzione oraria (che costituisce parte integrante dell'accordo di proroga).

Letto, confermato e sottoscritto.

La Gardenia Beauty Spa



CGIL Filcams 

CISL Fisascat 

UILTucs UIL 